

DAFTAR PUSTAKA

Sumber Buku

- Arikunto,. S. (2016). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta
- Ghozali, Imam. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS25*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Nuryadi, dkk. (2017). *Dasar-Dasar Statistik Penelitian*. Yogyakarta: SIBUKU MEDIA
- Sugiyono, P. (2015). *Metode penelitian kombinasi (mixed methods)*. Bandung: Alfabeta, 28, 1–
- Sugiyono, P. (2016). *Metode Penelitian Manajemen (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi (Mixed Methods), Penelitian Tindakan (Action Research, dan Penelitian Evaluasi)*. Bandung: Alfabeta Cv.
- Sugiyono.(2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung:Alfabeta,CV
- TIM panduan penulisan KTI Mahasiswa FKIP Unpas. (2022). *Panduan Penulisan Karya Tulis Ilmiah (KTI) Mahasiswa*. Bandung: FKIP UNPAS.
- Tjiptono, F., Strategi Pemasaran. (2015). Edisi 4. Yogyakarta: CV. Andi Offset.

Sumber Skripsi dan Artikel

- A,N. (2016, Juni 02). *BAB III METODE PENELITIAN*. Diambil kembali dari repository.unpas.ac.id:http://repository.unpas.ac.id/14558/18/BAB%20III%20%282%29.pdfD
- Azhari, S.R (2022, Juli). *BAB III METODE PENELITIAN*. Diambil dari http://repository.stei.ac.id/8547/4/4.%20BAB%203.pdf
- Dewanti. (2017). *PENGARUH E-COMMERCE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK SUPLEMEN PT.MOMEN GLOBAL INTERNASIONAL DIMAKASSAR*.
- Gunawan, G. C. (2020). *BAURAN PEMASARAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN*. *Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis*, 166-175.

- Irawan, I. C. (2020). Analisis E-Marketing terhadap keputusan pembelian konsumen secara online. *journal.perbanas.ac.id*, 247-260. Istiqomah, Hidayat, Z., & Jariah, A. (2019). Analisis Pengaruh Kepercayaan, Iklan dan Persepsi Resiko Terhadap Keputusan Pembelian di situs Shopee di Kota Lumajang. *proceedings.stiewidyagamalumajang.ac.id*, 2.
- Pelengkahu, R. M., Tumbuan, W. J., & Roring, F. (2023). PENGARUH PROMOSI, PHISICAL EVIDENCE, HARGA PEMASARAN DIGITAL TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA E-COMMERCE SHOPEE DI KOTA MANADO. *Jurnal EMBA*, 11, 786-797.
- Putri, D. A., Astuti, M., & Ali, S. (2020). Keputusan Pembelian E-Commerce Shopee. *conference.upnvj.ac.id*, 2-3.
- Putra, H. P., & Wulandari, A. (2015). PENGARUH PENERAPAN E-COMMERCE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN. *Jurnal Ekonomi, Manajemen, dan Bisnis*.
- Riswandi, D. (2019). TRANSAKSI ONLINE E-COMMERCE PELUANG DAN TANTANGAN DALAM PRESPEKTIF EKONOMI ISLAM. *Jurnal Econetica*.
- Rohman, D. T., & Saputra, G. (2022). PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, PROMOSI DAN TEMPAT TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN AIR MINUM DALAM KEMASAN. *Jurnal Manager*, 5, 1391-1395.
- Ruri, S., & Purnamawati, A. (2022). Analisis Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian. *Jurnal Manajemen dan Perbankan (JUMPA)*, 60-72.
- S. Jamaluddin. (2019). PENGARUH STRATEGI E-MARKETING TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK PT. ROVCA CLOTHING DI MAKASSAR.
- Situmeang, P. A., Nainggolan, B. M., & Kristiadi, A. A. (2019). PENGARUH KUALITAS PRODUK, KUALITAS PELAYANAN, DAN KEPERCAYAAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DI RESTORAN SUSHIMAS. *Jurnal EDUTURISMA*, 33.
- Wijaya, V. T., Teguh, P. P., & Aprilia, A. (2016). ANALISIS PENGARUH VARIABEL E-COMMERCE (INTERFACE, NAVIGATION, CONTENT, RELIABILITY DAN TECHNICAL) TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN APARTEMEN MELALUI SITUS AIRBNB. *Jurnal Hospitality dan Manajemen*, 266-268.

Wibawanto, S. (2013). PENGAMBILAN KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PENDEKATAN FISILOGIS, PSIKOLOGIS, DAN RELIGIUS. *Jurnal Fokus Bisnis*.

Sumber Website

Fenalosa, A. (2019). *infografik-perusahaan-ecommerce-indonesia-yang-tutup*. Retrieved from iprice.co.id: <https://iprice.co.id/trend/insights/infografik-perusahaan-ecommerce-indonesia-yang-tutup/>

Putri, R. A., & Fenalosa, A. (2022). *[Laporan] Perusahaan E-Commerce Mana yang Paling Berpengaruh di Asia Tenggara pada Q1 2022?* Retrieved from iprice.co.id: <https://iprice.co.id/trend/insights/laporan-perusahaan-e-commerce-mana-yang-paling-berpengaruh-di-asia-tenggara-pada-q1-2022/>

Riyanto, A. D. (2022). *Hootsuite (We are Social): Indonesian Digital Report 2022*. Retrieved from andi.link: <https://andi.link/hootsuite-we-are-social-indonesian-digital-report-2022/>

Sekolah Kita. (2023). SMA Pasundan 3 Bandung, from <https://sekolah.data.kemdikbud.go.id/index.php/Chome/profil/9E4EABA1-AB8A-4EEE-84F0-A08CE45DD3F6>